

ООО «Аktion Цифровое издательство»

... ..

ООО «Аktion-пресс»

...

...

...

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/18-1661/2024

«02» июля 2024 года г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: ...,

членов Комиссии: ...,

рассмотрев дело № 077/05/18-1661/2024, возбужденное в отношении ООО «Аktion Цифровое издательство» (ИНН 7702405667), ООО «Аktion-пресс» (ИНН 7702272022) по признакам нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении посредством e-mail-сообщения на электронную почту заявителя ... от отправителя «Налоги и бухгалтер Аktion» (адрес электронной почты ...) рекламы следующего содержания:

2024-31642

«Закрываем год без ошибок: Налог на прибыль и НДС. Уважаемый коллега! Как Вы, конечно, помните законодатели в этом году дали нам много работы - масштабные изменения в НК коснулись всех бухгалтеров и финансистов...», поступившей

12.12.2023 в 8:06 ,

в присутствии представителя ООО «Аktion Цифровое издательство»,

ООО «Аktion-пресс» (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/18-1661/2024, возбуждено в отношении ООО «Аktion Цифровое издательство» (ИНН 7702405667), ООО «Аktion-пресс» (ИНН 7702272022) по факту распространения посредством e-mail-сообщения на электронную почту заявителя ...от отправителя «Налоги и бухгалтер Аktion» (адрес электронной почты ...) рекламы

следующего содержания: «Закрываем год без ошибок: Налог на прибыль и НДС. Уважаемый коллега! Как Вы, конечно, помните законодатели в этом году дали нам много работы - масштабные изменения в НК коснулись всех бухгалтеров и финансистов...», поступившей 12.12.2023 в 8:06

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Поступление указанной рекламы на электронную почту заявителя ...подтверждается представленными скриншотами сообщения, содержащими текст рассматриваемой рекламы, а также сведения о дате и времени поступления рекламы, ее отправителе и получателе.

Принимая во внимание тот факт, что заявитель представил в адрес Московского УФАС России изображение рекламы, содержащей полный текст электронного письма, а также сведения о дате и времени поступления рекламы, ее отправителе, получателе, специалисты отдела приходят к выводу о принадлежности электронной почты ...заявителю.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи», электросвязь – любые излучения, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как направляется определенным адресатам. В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретную электронную почту лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер распространенного e-mail сообщения.

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к Закону о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации. При этом, исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения названной информации до ее получателей.

В этой связи при разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе, из наличия либо отсутствия в тексте такой информации указания на ее конкретного получателя.

Отсутствие в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, позволяет говорить о том, что названная информация адресована неопределенному кругу лиц, вне зависимости от того, каким количеством лиц она была получена.

Резюмируя изложенное, Комиссия отмечает, что рассматриваемая реклама не является персональным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Данная информация направлена на привлечение внимания к услугам отправителя, а именно принять участие в форуме, а равно имеет целью формирование и поддержание интереса к ним и их продвижению.

Таким образом, исходя из текста сообщения, спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования.

Таким образом, информация, распространенная посредством отправки на электронную почту ..., отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством e-mail-сообщения; адресована неопределенному кругу лиц, поскольку из текста информационного сообщения не представляется возможным установить, для кого именно создано данное сообщение и на восприятие кого оно направлено; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с частью 1 статьи 18 Закона о рекламе, распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Однако Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской

Федерации, изложенной в пункте 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя. Вместе с тем, согласие на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы.

Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламодателя.

Согласно поступившему заявлению физического лица, владельца электронной почты ..., согласие на получение рекламы он не давал.

Исходя из вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что реклама, поступившая посредством e-mail-сообщения на электронную почту заявителя ...от отправителя «Налоги и бухгалтер Акцион» (адрес электронной почты ...) рекламы следующего содержания: «Закрываем год без ошибок: Налог на прибыль и НДС. Уважаемый коллега! Как Вы, конечно, помните законодатели в этом году дали нам много работы - масштабные изменения в НК коснулись всех бухгалтеров и финансистов...», поступившей 12.12.2023 в 8:06, была направлена в отсутствие согласия адресата на ее получение.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, распространение рекламы на электронную почту ..., посредством e-mail-сообщения, поступившего от отправителя ..., с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе является ненадлежащим.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в

любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

Согласно ответу АО «РСИЦ» владельцем и администратором домена в сети

Интернет по адресу seminar.ru является ООО «Акцион Цифровое издательство» (ИНН 7702405667).

ООО «Акцион Цифровое издательство» сообщило, что домен seminar.ru находится в пользовании у ООО «Акцион-пресс» на основании Договора аренды доменных

имен от 20.07.2023.

ООО «Аktion-пресс» в своих пояснениях отметило, направление данного письма произошло в связи с технической ошибкой по независящая от ООО «Аktionпресс» причинах, в частности, в связи с DDOS атакой на серверы.

Таким образом ООО «Аktion-пресс» является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе, в том числе в части нераспространения рекламы, законной по содержанию, но не по способу распространения потребителю рекламы ООО «Аktion-пресс» не представлено.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Аktion-пресс» установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы по сетям электросвязи, в отсутствие согласия абонента на получение рекламы.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 года № 1922 (далее — Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно пункту 54 Правил добровольное устранение лицом (лицами) совершенного нарушения является основанием для антимонопольного органа не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссией установлено, что в настоящее время спорная реклама не распространяется, сведений о продолжении распространения рекламы с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе в Московском УФАС России отсутствует.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписания лицу, в чьих действиях установлено нарушение положений Закона о рекламе.

При этом, в случае выявления новых фактов распространения ООО «Аktionпресс» рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе заявитель не лишен возможности подать в антимонопольный орган новое заявление.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Акцион-пресс» (ИНН 7702272022) нарушившим часть 1 статьи 18 Закон о рекламе, выразившегося в распространении посредством e-mail сообщения на электронную почту заявителя ...от отправителя «Налоги и бухгалтер Акцион» (адрес электронной почты ...) рекламы следующего содержания: «Закрываем год без ошибок: Налог на прибыль и НДС. Уважаемый коллега! Как Вы, конечно, помните законодатели в этом году дали нам много работы - масштабные изменения в НК коснулись всех бухгалтеров и финансистов...», поступившей 12.12.2023 в 8:06.
2. В отношении ООО «Акцион Цифровое издательство» (ИНН 7702405667) рассмотрение настоящего дела прекратить.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дел об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, по каждому установленному факту нарушения Закона о рекламе.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии ...

Члены комиссии: ...

...

...